

Campanha publicitária do pacote anticrime tem caráter eleitoral

Lei de Execuções Penais não é a causa da impunidade. A maior causa de impunidade dos homicídios no Brasil é a baixa taxa de elucidação deste tipo de crime. Melhor seria o Ministério da Justiça e Segurança Pública anunciar alguma medida para melhorar o desempenho da investigação criminal

Arthur Trindade M. Costa e Renato Sérgio de Lima

8 de outubro de 2019

REPRODUÇÃO / MJSP



Atores fazem o papel de familiares de vítimas de homicídios que convivem com a impunidade dos assassinos em campanha publicitária do governo federal

Desde o seu lançamento, em fevereiro, o pacote "anticrime" apresentado pelo ministro Sergio Moro tem sido alvo de muitas críticas, mesmo com uma paradoxal e forte adesão das redes sociais ao ministro. O pacote pretende alterar 14 leis penais, processuais e eleitorais, além de trazer vários pontos polêmicos. Ele está sendo discutido por um grupo de trabalho da Câmara dos Deputados que levará uma proposta consolidada ao plenário.

Alguns itens já foram retirados da proposta original, como a prisão depois de condenação em segunda instância, a introdução do *plea bargain* (negociação penal típica do direito anglo-saxão) e a ampliação das situações de excludente de ilicitudes para atuação dos policiais. Mas apoiadores do governo querem reverter essas derrotas em plenário.

E, para isso, na semana passada assistimos mais um capítulo desta novela. O governo federal lançou uma campanha publicitária para divulgar o pacote. No meio político e institucional, as reações foram as piores possíveis. Os deputados de oposição e, mesmo, alguns da situação viram na campanha uma tentativa de pressionar e acuar o Congresso. A mensagem da campanha era "a lei tem que estar acima da impunidade". Ou seja, quem discordar das medidas propostas está a favor da impunidade.

O Ministério Público do Tribunal de Contas da União identificou indícios de propaganda política na campanha, estimada em cerca de R\$ 10 milhões. Segundo os procuradores, a campanha serve para promoção pessoal de Sergio Moro e não para divulgar ações do governo, já que as medidas ainda estão sob análise do Poder Legislativo. Devido as reações negativas, o presidente Bolsonaro anunciou que suspenderia a campanha e culpou a "esquerda" por ter que recuar.

Apesar do cancelamento da campanha, ainda vale a pena discutir sua forma e conteúdo. Quanto à forma, a campanha é diferente das anteriores já feitas sobre o tema. Em geral, governos lançam campanhas para anunciar a implantação de ações e políticas públicas: compra de viaturas, contratação de policiais, construção de delegacias, queda de estatísticas criminais. Ou seja, anunciam o que já foi feito. No caso da campanha de Moro, anuncia-se o envio de um projeto de lei que ainda está sendo debatido, o que já abre uma discussão legal sobre separação de Poderes e respeito ao funcionamento independente entre eles.

Também chama atenção o forte apelo emocional de algumas peças publicitárias. Atores fazem o papel de familiares de vítimas de homicídios que convivem com a impunidade dos assassinos. Sem dúvida, é uma forte mensagem sobre a impunidade no país. Mas erra o alvo. A maior causa de impunidade dos homicídios no Brasil não é a lei de execuções penais (LEP), mas as baixas taxas de elucidação de homicídios. Aliás, se a LEP fosse o problema, vale destacar que há no Congresso um PL da legislatura passada que aguarda até hoje a indicação de relator e que, basicamente, poderia tornar mais objetivos e claros os critérios para a progressão individual de presos no cumprimento de suas penas (ou seja, não precisa mudar muita coisa para fazer a LEP ser mais rigorosa).

Em paralelo, segundo o *Monitor da Violência* - elaborado em conjunto pelo G1, Núcleo de Estudos da Violência/USP e Fórum Brasileiro de Segurança Pública – apenas 24% dos homicídios registrados no país são elucidados pela polícia. Há estados com taxas inferiores a 10%. O Ministério da Justiça e Segurança Pública não anunciou nenhuma medida para melhorar o desempenho da investigação criminal.

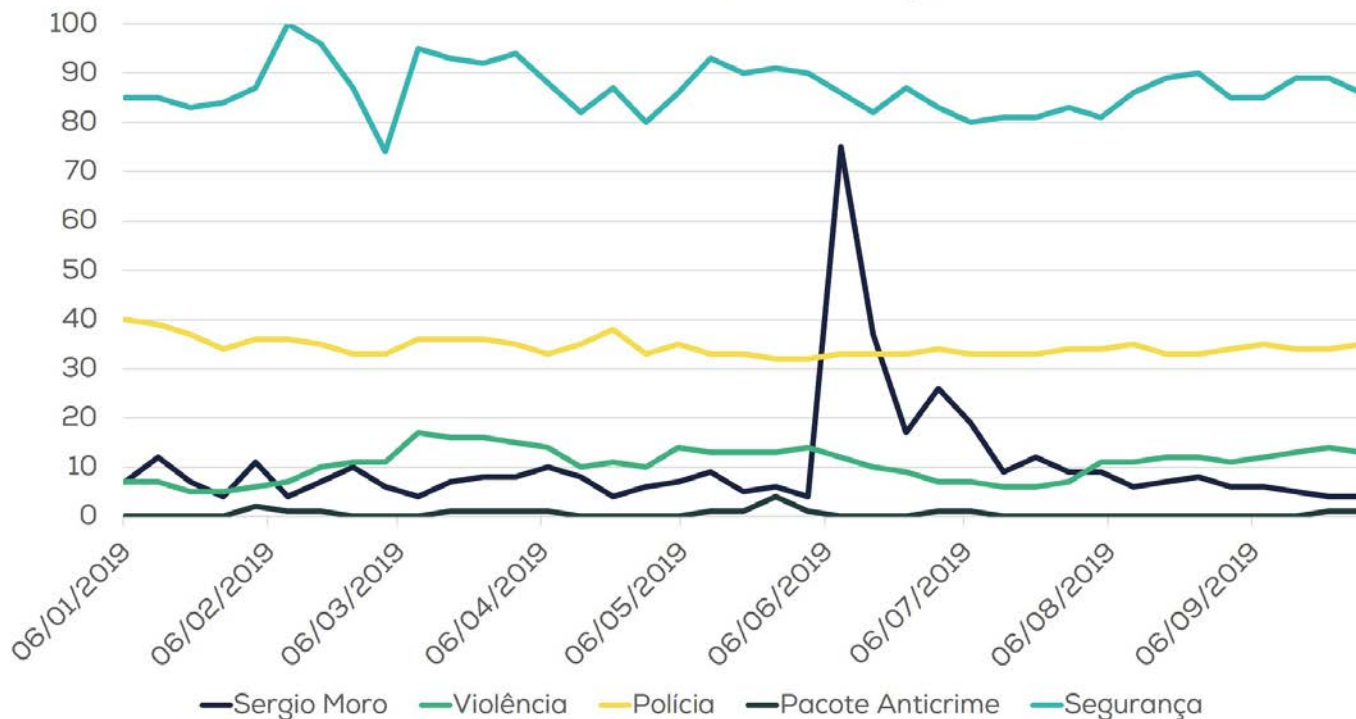
A campanha também passa ao largo de um dos itens mais polêmicos do pacote anticrime: a excludente de ilicitude. Segundo a proposta de Sergio Moro, as mortes de civis em ações policiais seriam justificadas por situações de surpresa, medo e forte emoção. Mesmo depois da repercussão negativa da morte da menina Agatha Félix, numa operação policial no Rio de Janeiro, e a resistência que as mulheres estão fazendo à medida (elas temem a volta da figura da legítima defesa da honra por escusável medo), o presidente Jair Bolsonaro e o ministro seguiram defendendo a medida.

Ao que parece, o objetivo da campanha não era a aprovação das medidas previstas no pacote anticrime. Pois, para aprová-las, seria mais efetivo aumentar os esforços para conquistar apoio dos parlamentares, inclusive dos partidos aliados. O objetivo era claramente eleitoral. A mensagem subliminar era: estamos fazendo a nossa parte para reduzir a impunidade, mas nossos adversários não deixam. Ao que parece, ainda estamos em campanha.

E isso fica ainda mais claro ao analisarmos a forma como as redes sociais estão tratando a questão. Por esta análise, os quatro vídeos da campanha do Pacote Anticrime produzidos foram reproduzidos pelo site *Poder 360* no Youtube, e, dois deles pelo próprio governo federal. Apesar dos vídeos não obterem muitas visualizações, o maior deles teve em torno de 23 mil, uma análise dos comentários dos usuários indica o apoio ao Projeto Anticrime um pouco superior ao equivalente à taxa de aprovação do governo (35% dos comentários) .

Além disso, em um sinal de que o comportamento das redes não é espontâneo e é fruto do ativismo, uma parte dos usuários se prontificou a pedir compartilhamento dos vídeos da campanha em outras redes, em cerca 17% dos comentários. Isso mostra que a campanha conseguiu atingir o público mais radical na defesa de governo e que há um potencial de crescimento orgânico da campanha.

Interesse relativo de pesquisa no Google (Brasil)



Fonte: Elaboração Fonte Segura com base nos dados do Google

Outras narrativas típicas dos apoiadores do atual governo ainda se encontram presentes nos textos sobre a campanha. A crítica aos partidos de esquerda estava presente em 11% dos comentários, como reação à ação contra campanha no TCU. Por fim, 13% dos comentários, apontam que ainda há uma sustentação do Pacote Anticrime pelas ideias de que a criminalidade não é punida em forma suficiente no Brasil. Mas, o dado que mais se destaca é a total adesão do Pacote à figura de Sergio Moro. De acordo com o gráfico acima, nota-se que a figura mobilizadora é o ministro e não necessariamente o Pacote em si, que poucos sabem detalhar suas ações e/ou medidas.

Arthur Trindade M. Costa

Professor da UnB e membro do Conselho do Fórum Brasileiro de Segurança Pública

Renato Sérgio de Lima

Diretor-presidente do Fórum Brasileiro de Segurança Pública

<https://backup.forumseguranca.org.br/tema-da-semana/template-1-tema-da-semana-sxta8>

